

TESIS

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP DAN
NIAT BELI ULANG KONSUMEN PADA PRODUK BAJAKAN
(Studi pada pembelian sepatu olahraga bajakan)**



Disusun oleh:

FELIX ALFIANTO

No. Mhs : 155002476/PS/MM

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
2018**



UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : FELIX ALFIANTO
Nomor Mahasiswa : 155002476
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Dan
Niat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Bajakan
(Studi Pada Pembelian Sepatu Olahraga Bajakan)

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

29/01/2018

Mahestu Noviandra K, M.Sc.IB., Ph.D



UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : FELIX ALFIANTO
Nomor Mahasiswa : 155002476
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Dan
Niat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Bajakan
(Studi Pada Pembelian Sepatu Olahraga Bajakan)

Nama Penguji :
Ketua :
Mahestu Noviandra K, M.Sc.IB., Ph.D

Tanggal : 29/01/2018
Tanda Tangan :

Anggota :
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

Tanggal : 29/01/2018
Tanda Tangan :

Anggota :
Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi., M.Si

Tanggal : 30/2/2018
Tanda Tangan :

Ketua Program Studi



Mahestu Noviandra K, M.Sc.IB., Ph.D

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Felix Alfianto
Nomor Mahasiswa : 155002476/PS/MM
Judul Tesis : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Dan
Niat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Bajakan
(Studi Pada Pembelian Sepatu Olahraga Bajakan)

Menyatakan bahwa tesis dengan judul di atas adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya susun dengan sejujurnya berdasarkan norma akademik, dan bukan merupakan hasil plagiat. Adapun semua kutipan di dalam tesis ini telah saya sertakan nama penulisannya, dan saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila ternyata dikemudian hari ternyata saya terbukti melanggar pernyataan tersebut, Saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar saya).

Yogyakarta 29 Januari 2018

Yang menyatakan



Felix Alfianto

KATA PENGANTAR

Tesis ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen Pascasarjana Universitas Atmajaya Yogyakarta. Dalam pembuatan penelitian ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, serta masukan selama proses penelitian ini. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang luar biasa baik, yang selalu memberikan kekuatan, pengharapan, berkat, dan kemudahan yang berlimpah-limpah kepada penulis.
2. Bunda Maria yang selalu menyertai, menolong, dan memberkati penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Martinus Parnawa Putranta, MBA., Ph.D., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Atmajaya Yogyakarta.
4. Ibu Mahestu N Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan pembimbing tesis, yang telah memberikan waktu, pikiran, dan tenaga serta bimbingan dan motivasi, sehingga penyusunan tesis berjalan baik dan lancar.
5. Semua Dosen, dan Staff TU Pascasarjana Universitas Atmajaya Yogyakarta, terima kasih atas pembelajaran dan ilmunya .
6. Mami (Melina), dan Papi (Supriyanto) yang selalu memberi dukungan dalam belajar, baik secara moral maupun materi, terima kasih atas segalanya. Saya tidak bisa tanpa kalian.
7. Keluarga tercinta adik tercinta (Vania), Oma (Ong shui Lan), Ipo (Tan tek

nio), dan anak-anak kaki empatku tercinta (Vina, Bubu, Owie, Rossy, Ollaf, Cheries, adellia, dan Grace.) yang selalu mendukung, membantu, memotivasi, dan selalu memberikan semangat bagi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

8. Seseorang yang saya kasihi, dan saya cintai EPP terima kasih atas dukungan, motivasi, dan sarannya kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan penelitian ini.
9. Teman-teman Animal Rescueku tercinta Bunda Isma, Bunda Adetara Bactiar, Ci Joe Jean, Drh Antonia Agnes, Ci Lia, Mba Therasa, Mas Adhi, ibu Pratiwi, Ci Siska, Ci Agnes Tan, Ci Natalia, Ko Steve, Mbak Ary Rahayu, dan CI Lanny Tan. Terima kasih atas dukungan, dan motivasinya selama ini yang membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini,
10. Teman-temanku tercinta Suster Theresia, Oma Kismo, Tante Ambar, Mbak Anas, Prince Daniel, Kak Ati, Qka, Lysandre, Billy, Hilton, Steven, Kris, Ibu Suyudi, Ibu Martini, Arum, Ferika, Yoko, Thea, dan Michell yang selalu memberi semangat, dan saran pada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
11. Semua Teman-teman Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta dari semua angkatan yang pernah membantu penulis dalam belajar, dan menyelesaikan penulisan ini saya ucapkan terima kasih banyak atas bantuan dan perhatiannya.
12. Semua pihak yang telah membantu, dan mendukung dalam penyusunan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis senantiasa terbuka terhadap segala kritik, dan saran yang membangun. Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi banyak pinak.

Yogyakarta 25 Januari 2018

Yang menyatakan

Felix Alfianto



Tesis ini kupersembahkan untuk semua orang yang saya kasihi dan sayangi.

Qoutes

“Pessimism does't change the Reality... Optimism and Faith coupled with pragmatis chage the Reality”.....(pesimis tidak akan mengubah kenyataan....Optimis dan Iman ditambah dengan pragmatis mengubah kenyataan.)

-----Rania HR Queen of Jordania-----

“Orang yang mengawali dengan niat baik, tidak akan pernah mendapatkan akhirnya yang tidak baik”

“Perubahan hidup pasti terjadi, tergantung seberapa besar kita "menyerah" kan masalah kita pada pemilik kehidupan kita”

---- Bunda Anne Avantie----

“Dream.Believe it,and Make it Happen”

(Bermimpilah, yakinkanlah pada mimpimu itu, dan mewujudkan)

“Lakukan apa saja yang membuatmu nyaman, ciptakan image positif, dan jadilah dirimu sendiri”

----Agnes Monica----

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
Halaman Pernyataan	v
Kata Pengantar	v
Halaman Moto dan Persembahan	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Intisari	xv
Abstract	xvi
 BAB I Pendahuluan	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	9
 BAB II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis	 10
2.1. Tinjauan Konseptual	10
2.1.1. Produk Bajakan	10
2.1.2. Niat Beli Ulang	12
2.1.3. Sikap	14
2.1.4. Pengaruh Sosial	21
2.1.5. Citra Merek	22
2.1.6. Kebutuhan Mencari Variasi	24
2.1.7. Status Konsumsi	25

2.1.9. Integritas	28
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Pengembangan Hipotesis	34
2.3.1. Pengaruh Sosial Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan.....	34
2.3.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan.....	35
2.3.3. Pengaruh Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan.....	36
2.3.4. Pengaruh Status Konsumsi Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan.....	37
2.3.5. Pengaruh Perbandingan Kualitas-Harga Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan.....	39
2.3.6. Pengaruh Integritas Terhadap Sikap Konsumen Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan.....	40
2.3.7. Pengaruh Sikap Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan	41
2.3.8. Perbedaan Penilaian Konsumen Pada Faktorcitra Merek, Pengaruh Sosial, Kebutuhan Mencari Variasi, Status Konsumsi, Perbandingan Kualitas-Harga, Integritas, Sikap, dan Niat Beli ulang Konsumen Pada Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan Berdasarkan Perbedaan Karakteristik Konsumen	43
2.4. Kerangka Penelitian	44
 BAB III Metode Penelitian	 45
3.1. Jenis Penelitian.....	45
3.2. Obyek, dan Subyek Penelitian	45
3.3. Populasi, dan Sampel	46
3.4. Metode Pengumpulan Data	47

3.5. Definisi Operasional, dan Indikator	48
3.6. Metode Pengujian Instrumen Penelitian	51
3.6.1. Uji Validitas	51
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	52
3.7. Metode Analisis Data.....	52
3.7.1. Statistik Deskriptif.....	53
3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.7.3. Analisis Regresi Linier Sederhana	54
3.7.4. Analisis <i>Independent Sample t-Test</i>	54
3.7.5. Analisis <i>Oneway ANOVA</i>	54
BAB IV Analisis Data dan Pembahasan.....	55
4.1. Pengujian Instrumen.....	56
4.2. Karakteristik Demografi Responden.....	59
4.3. Pengaruh Pengaruh Sosial, Citra Merek, Keinginan Mencari Variasi, Status Konsumsi, Perbandingan Harga Kualitas, dan Integritas Terhadap Sikap Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan.....	62
4.4. Pengaruh Sikap terhadap Niat Beli Ulang Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan.....	66
4.5. Perbedaan Penilaian Konsumen Pada Citra Merek, Pengaruh Sosial, Kebutuhan Mencari Variasi, Status Konsumsi, Perbandingan Kualitas-Harga, Integritas, Sikap dan Niat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.6. Perbedaan Penilaian Konsumen Pada Citra Merek, Pengaruh Sosial, Kebutuhan Mencari Variasi, Status Konsumsi, Perbandingan Kualitas-Harga, Integritas, Sikap dan Niat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan Berdasarkan Pendapatan	72
4.7. Pembahasan.....	75

BAB V Penutup	80
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Implikasi Manajerial	83
5.3. Keterbatasan Penelitian	87



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top Brand 2016	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1. Definisi Operasional	50
Tabel 4.1. Uji Validitas	57
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.3. Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	59
Tabel 4.4. Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan atau Uang Saku.....	60
Tabel 4.5. Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Merek Sepatu Olahraga yang dijadikan pilihan	61
Tabel 4.6. Pengaruh Pengaruh Sosial, Citra Merek, Keinginan Mencari Variasi, Status Konsumsi, Perbandingan Harga Kualitas, dan Integritas Terhadap Sikap Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan .	63
Tabel 4.7. Pengaruh Pengaruh Sikap terhadap Niat Beli Konsumen Pada sepatu olahraga Bajakan	66
Tabel 4.8. Perbedaan Penilaian Konsumen Pada Citra Merek, Pengaruh Sosial, Kebutuhan Mencari Variasi, Status Konsumsi, Perbandingan Kualitas-Harga, Integritas, Sikap, dan Niat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.9. Perbedaan Penilaian Konsumen Pada Citra Merek, Pengaruh Sosial, Kebutuhan Mencari Variasi, Status Konsumsi, Perbandingan Kualitas-Harga, Integritas, Sikap, dan Niat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Sepatu Olahraga Bajakan Berdasarkan Pendapatan	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	44
Gambar 4.1. Pengaruh Pengaruh Sosial, Citra Merek, Keinginan Mencari Variasi, Status Konsumsi, Perbandingan Harga Kualitas, Integritas, dan Sikap Terhadap Niat Beli Ulang Produk Sepatu Olahraga Bajakan	68



INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengaruh sosial, citra merek, kebutuhan mencari variasi, status konsumsi, perbandingan kualitas harga, integritas, terhadap sikap konsumen pada produk sepatu olahraga merek bajakan. Pengaruh sikap konsumen terhadap niat beli ulang pada produk sepatu olahraga merek bajakan. Menguji perbedaan penilaian konsumen berdasarkan jenis kelamin, dan pendapatan perbulan. Sebuah model telah dikembangkan, dan terdapat sembilan hipotesis yang dirumuskan untuk menjawab masalah penelitian.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 210 responden. Responden penelitian ini masyarakat di yogyakarta yang pernah membeli sepatu olahraga yang tidak orisinal, dan memiliki niat untuk melakukan pembelian ulang sepatu olahraga bajakan dengan menjadikan merek Nike, Adidas, Reebok, Puma, dan Eagle sebagai pilihan. Penelitian menggunakan analisis regresi berganda, dan analisis regresi linier sederhana, uji *Independent Sample t-Test*, dan uji *Oneway ANOVA*.

Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengaruh sosial, citra merek, kebutuhan mencari variasi, dan status konsumsi berpengaruh positif, dan signifikan terhadap sikap konsumen pada produk sepatu olahraga bajakan. Variabel perbandingan kualitas harga, dan integritas, berpengaruh negatif, dan signifikan terhadap sikap konsumen pada produk sepatu olahraga bajakan. Variabel sikap berpengaruh positif, dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen pada produk sepatu olahraga bajakan. Perbedaan jenis kelamin memiliki pengaruh terhadap variabel citra merek, dan sikap. Perbedaan pendapatan perbulan memiliki pengaruh terhadap pengaruh sosial, kebutuhan mencari variasi, integritas, sikap, dan niat beli ulang konsumen pada produk sepatu olahraga bajakan.

Kata kunci: Produk bajakan, pengaruh sosial, citra merek, kebutuhan mencari variasi, status konsumsi, perbandingan kualitas harga, integritas, sikap, niat beli ulang.

ABSTRACT

The study was conducted in order to identify the variable of social influence, brand image, novelty seeking, status consumption, price quality inference, and integrity, and customer attitude toward the intention to repurchase the pirated sport shoes brands. In conducting the study, the researcher performed a customer assessment differential test based on the gender and the monthly income. A model had been developed in the study and the model contained 9 hypotheses that had been formulated to answer the problems in the study.

In gathering the sample, the researcher made use of purposive sampling method. The respondents in the study consisted of 210 people. All of the respondents were the people from Yogyakarta who used to purchase the non-original sport shoes brand, and who had intention to repurchase the pirated sport shoes brands by selecting Nike, Adidas, Reebok, Puma, and Eagle as their brand. Within the analysis, the researcher made use of multiple and simple regression analysis, independent sample T-test, and one-way ANOVA test in testing all of the hypotheses.

The results of analysis have shown that the variable of social influence, brand image, novelty seeking, and status consumption has positive and significant influence toward customer attitude in dealing with the pirated sport shoes brands. Then, the variable of price quality inference, and integrity has negative, and significant influence toward customer attitude in dealing with the intention to repurchase the pirated sport shoes brands. Gender difference also has influence toward the variable of brand image, and attitude. Similarly, monthly income also has influence toward the variable of social influence, novelty seeking, integrity, attitude, and intention to repurchase the pirated sport shoes brands.

Keyword : Counterfeit Product, Social Influence, Brand Image, Novelty Seeking, Status Consumption, Price Quality Inference, Integrity, Attitude, and Intention to Repurchase the pirated sport shoes brands.